

SEDEKAH ONLINE YUSUF MANSUR
(Kajian tentang Otoritas dan Bahasa Agama di Media Sosial)



Oleh:
Mansur Hidayat, S.Pd.I.
NIM: 1520010031

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Master of Arts (M.A.)
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mansur Hidayat, S.Pd.I.
NIM : 1520010031
Program : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies (IIS)
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam (KKMI)

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/
karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumbernya.

Yogyakarta, 28 April 2017

Saya yang menyatakan,



Mansur Hidayat, S.Pd.I.
NIM: 1520010031

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mansur Hidayat, S.Pd.I.

NIM : 1520010031

Program : Magister (S2)

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies (IIS)

Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam (KKMI)

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 28 April 2017

Saya yang menyatakan,



Mansur Hidayat, S.Pd.I.

NIM: 1520010031



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA

PENGESAHAN

Tesis Berjudul : SEDEKAH ONLINE YUSUF MANSUR (Kajian Tentang Otoritas dan Bahasa Agama di Media Sosial)
Nama : Mansur Hidayat, S.Pd.I
NIM : 1520010031
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam
Tanggal Ujian : 29 Mei 2017

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister of Arts (M.A)

Yogyakarta, 29 Mei 2017

Direktur,

Prof. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D.
NIP 19711207 199503 1 002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS


Tesis berjudul : SEDEKAH ONLINE YUSUF MANSUR (Kajian
Tentang Otoritas dan Bahasa Agama di Media Sosial)
Nama : Mansur Hidayat, S.Pd.I
NIM : 1520010031
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Telah disetujui tim penguji ujian munaqosyah

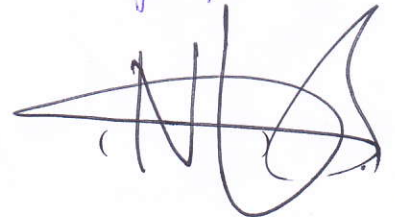
Ketua/Penguji : Dr. Munirul Ikhwan, Lc., MA



Pembimbing/Penguji : Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.



Penguji : Najib Kailani, S.Fil., M.A., Ph.D



diuji di Yogyakarta pada tanggal 24 Mei 2017

Waktu : 09.00 – 10.00 WIB

Hasil/Nilai : 91,33/A-

Predikat Kelulusan : Memuaskan / Sangat Memuaskan / Cum Laude*

* Coret yang tidak perlu

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

SEDEKAH ONLINE YUSUF MANSUR (KAJIAN TENTANG OTORITAS DAN BAHASA AGAMA DI MEDIA SOSIAL)

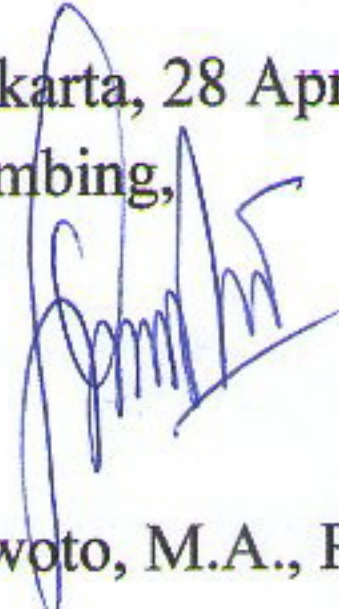
Yang ditulis oleh :

Nama	: Mansur Hidayat, S.Pd.I.
NIM	: 1520010031
Program	: Magister (S2)
Program Studi	: Interdisciplinary Islamic Studies (IIS)
Konsentrasi	: Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam (KKMI)

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Art (M.A.)

Wassalamu'alaikum, wr. wb.

Yogyakarta, 28 April 2017
Pembimbing,



Sunarwoto, M.A., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan otoritas agama di media sosial dengan mengeksplorasi pada dakwah sedekah online yang disampaikan Yusuf Mansur (YM) di media sosial.

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian adalah bagaimanakah dakwah sedekah online Yusuf Mansur disampaikan melalui media sosial?, sejauh manakah dakwah sedekah online Yusuf Mansur memiliki otoritas untuk diikuti?. Sedangkan tujuan daripada penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana YM mengkonstruksi otoritas dan bahasa agama di media sosial dalam kegiatan dakwah sedekahnya serta untuk mempelajari sejauh mana otoritas YM diikuti oleh audiens. Selain itu, kajian juga berguna dalam memahami peran media sosial dalam kegiatan filantropi.

Penelitian ini mengacu pada empat bulan kerja lapangan etnografi *online* dan *offline* terhadap aktivitas yang berhubungan dengan sedekah online YM di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah sedekah YM disampaikan dengan bertumpu pada lapisan otoritas: *self presentation*, *switching code*, dan *textual reference*. Ketiga hal tersebut berguna untuk menguatkan legitimasi pesan dakwah sedekah online YM serta sebagai upaya untuk mempertahankan diri di media sosial. Sedangkan pesan dakwah lebih banyak dikomunikasikan dengan mengaitkan pada imbalan materi. Upaya tersebut dapat menguatkan keyakinan audiens dalam bersedekah, tetapi audiens dengan ideologi yang berbeda memiliki kecenderungan selektif dalam menerima pesan.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”
(QS. Al-Insyirah: 6).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan teruntuk

Ibu dan Bapak tercinta

Terima kasih untuk setiap tetes peluh serta untaian doanya

Ucapan Terima Kasih

Tesis ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih yang tulus saya sampaikan kepada pembimbing saya, Sunarwoto, M.A., Ph.D., yang telah dengan sabar dan tanpa lelah membimbing pemikiran saya dengan komentar yang kritis dan konstruktif. Beliau sekaligus orang yang mengajarkan kepada saya tentang arti kerja keras dan kesederhanaan. Saya juga ingin sampaikan terimakasih kepada bapak direktur, para dosen, staf, serta kawan-kawan Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya kawan-kawan KKMI dan IKMP yang telah menjadi sahabat diskusi dalam banyak kesempatan.

Terima kasih yang sebesar-besarnya saya haturkan kepada Bapak Dwi Yamani serta Ibu Hanik yang telah memberikan tempat yang nyaman serta membantu dalam beberapa keperluan yang dapat menunjang kehidupan saya selama menempuh gelar Magister. Terima kasih juga saya sampaikan kepada kawan-kawan Griya Qur'an Al-Hidayah, Pondok Pesantren Nailul 'Ula, Pondok Pesantren Raudhatul Qur'an Annasimiyyah, serta kawan-kawan karib; pak Mujib, mas Ali, mas Rahman, mas Makhrus, dan mas Fikri.

Saya sampaikan juga terima kasih kepada keluarga besar Yayasan Daarul Qur'an Nusantara, PPPA Pusat, PPPA Cabang Yogyakarta, serta para informan yang tak bisa saya sebutkan satu per satu. Tanpa adanya kalian tentu penelitian saya tidak akan terselesaikan dengan baik.

Yang terakhir dan yang terdalam, terima kasih saya haturkan kepada kedua orang tuaku; Ibu (Satirah) dan Bapak (Parso), yang telah men-*support* putranya dalam banyak hal, yang tak akan pernah terhitung nilainya, terima kasih untuk setiap tetes peluh serta untaian doanya. Terima kasih saya haturkan juga kepada saudara kandung saya; mas M.Nur Ikhsan, mbak Toyyibatul Mubarakah, serta adek Mahmud Muzaki NA yang telah memberikan nasihat serta dukungannya.

Yogyakarta, 26 April 2017

Penulis,

Mansur Hidayat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
PENGESAHAN DIREKTUR	iv
DEWAN PENGUJI.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teoretis	9
F. Metode Penelitian	12
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II DAKWAH SEDEKAH	15
A. Pendahuluan	15
B. Sedekah	18
1. Pengertian	18
2. Dasar Hukum	19
3. Sedekah Yusuf Mansur	22
C. Lembaga Filantropi	25
D. PPPA Daarul Qur'an	27
1. Perkembangan	27
2. PPPA Yogyakarta	30
E. Sedekah Online	33
F. Kanal Digital	39

G. Kesimpulan	42
BAB III SEDEKAH ONLINE DAN OTORITAS.....	45
A. Otoritas Agama dalam Konteks Online	45
B. Lapisan-Lapisan Otoritas Online	47
1. Presentasi Diri (<i>Self Presentation</i>)	47
2. Penggunaan Bahasa.....	57
a. Kode Peralihan (<i>Switching Code</i>)	57
b. <i>Switching Code</i> dan Ragam Bahasa.....	70
3. Referensi Tekstual (<i>Textual Reference</i>).....	80
a. Pandangan Mengenai Sedekah.....	81
b. Aspek Filosofis Sedekah.....	86
C. Sedekah Online dan Otoritas Yusuf Mansur.....	86
BAB IV SEDEKAH ONLINE DI MATA AUDIENS.....	89
A. Persepsi Audiens Terhadap Sedekah Yusuf Mansur	90
B. Bahasa dan Gaya Bahasa Yusuf Mansur di Media Sosial	95
C. Sumber Rujukan yang disukai Audiens	99
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
DAFTAR PUSTAKA	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selama tiga puluh tahun terakhir Islam telah memainkan peranannya sebagai sebuah kekuatan yang turut membentuk kondisi sosial dan politik di Indonesia dengan identitas simbolik maupun kolektifnya.¹ Salah satu bentuk vitalitas Islam adalah munculnya gerakan filantropi dalam masyarakat Islam. Gerakan filantropi menjadi salah satu bentuk Islam publik sebagai upaya sadar untuk menunjukkan perhatian masyarakat Islam terhadap dinamika sosial, ekonomi, politik, dan juga sebagai representasi pembaruan Islam di Indonesia.² Kegiatan kedermwanaan sosial (filantropi) mulai berkembang pesat dan terorganisir, serta menemukan momentumnya terutama saat Indonesia mengalami krisis ekonomi yang kemudian diikuti dengan krisis politik yang berujung pada tumbanganya rezim Orde Baru dibawah kepemimpinan Presiden Soeharto pada tahun 1998. Pada saat yang sama, bencana alam seperti gempa bumi, kebakaran hutan, tanah longsor, dan tsunami terjadi secara beruntun di tanah air. Krisis ekonomi dan bencana di mana-mana ini telah mendorong kepedulian dan solidaritas sosial masyarakat untuk berperan aktif membantu sesama.³

¹ Noorhaidi Hasan, "The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere," *Contemporary Islam*, Vol. 10, Th. 3 (Oktober 2009), 229-250.

² Hilman Latief, "Transforming the Culture of Giving in Indonesia: The Muslim Middle Class, Crisis, and Philanthropy," dalam https://www.ic.nanzan-u.ac.jp/ASIAPACIFIC/documents/2015_no.11/01_Hilman.pdf, diakses pada 27 April 2017.

³ Hamid Abidin, *Membangun Akuntabilitas Filantropi Media Massa*, (Depok: Piramedia, 2013), 17.

Badan Pusat Statistik (BPS) pada Mei 2012 merilis bahwa dari 237,6 juta jiwa penduduk Indonesia, 87,1 persen adalah pemeluk agama Islam.⁴ Sedangkan hasil penelitian kerjasama antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dengan Institut Pertanian Bogor (IPB) yang didasarkan pada Produk Domestik Bruto (PDB) pada 2010 menunjukkan bahwa potensi zakat⁵ di Indonesia telah mencapai Rp. 217 triliun. Jika diekstrapolasikan dengan mempertimbangkan pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun-tahun sesudahnya, maka potensi tersebut pada akhir 2015 mencapai Rp. 286 triliun.⁶ Potensi dana filantropi ini tentu dapat bertambah lebih besar apabila bentuk filantropi Islam yang lainnya dimasukkan seperti halnya wakaf, infak, dan sedekah.⁷

Seiring dengan kemajuan teknologi baru yang terjadi secara global, kegiatan filantropi Islam di Indonesia yang mulanya dijalankan secara tradisional kini telah memanfaatkan internet (khususnya media sosial) sebagai sarana untuk mengenalkan dan menarik minat masyarakat agar turut berpartisipasi dalam kegiatan sedekah. Hal ini sejalan dengan semakin banyaknya jumlah masyarakat kelas menengah serta penetrasi pengguna internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan pada tiap tahunnya. Hasil survei teranyar dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa 132,7 juta masyarakat Indonesia telah terintegrasi dengan internet. Terjadi peningkatan jumlah yang signifikan dari survei di tahun sebelumnya. Sedangkan media sosial

⁴ *Ibid.*

⁵ Salah satu bentuk filantropi wajib dalam Islam.

⁶ Baznas, "Baznas Siapkan Strategi Zakat", dalam <http://pusat.baznas.go.id/berita-artikel/baznas-siapkan-strategi-kebangkitan-zakat/>, diakses 23 November 2016.

⁷ Kantor Staf Kepresidenan, "Potensi Zakat di Indonesia Sangat Besar", dalam <http://ksp.go.id/potensi-zakat-di-indonesia-sangat-besar/>, diakses 23 November 2016.

adalah jenis konten internet yang paling sering diakses daripada konten-konten lainnya oleh netizen. Data menunjukkan bahwa 97,4 persen, atau sekitar 129,2 juta penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media sosial (medsos).⁸

Media sosial merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia saat ini. Dengan kehadiran *new media* ini beberapa hal yang dahulu tidak mungkin menjadi sesuatu yang lumrah terjadi. Jejaring sosial menjadi sarana penting dalam membangun interaksi yang lebih intens antar seseorang dengan orang lain, atau bahkan antar kelompok dengan kelompok lain. Selain itu, media sosial dengan beberapa kelebihanannya juga menjadi media penting dalam mempromosikan suatu kebaikan yang dapat menjangkau dan menjangring khalayak secara lebih luas.⁹ Disamping itu, media sosial juga memungkinkan seseorang maupun kelompok untuk dapat melakukan interaksi dengan banyak orang tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, serta tidak terbatas pada sekat golongan, budaya, maupun wilayah. Karakteristik media sosial memungkinkan pengguna untuk saling bertukar informasi seperti teks, tautan, video, dan gambar, sehingga bentuk informasi dapat dimengerti secara lebih cepat dan mudah dipahami. Keberadaan media sosial dapat mempercepat arus penyebaran informasi dan mendorong keterlibatan banyak pihak. Hal ini karena informasi dan interaksi juga dipengaruhi oleh banyak sedikitnya yang diikuti (*following*) maupun yang mengikuti (*followers*). Adanya pola *like*, *comment*, dan *share* dapat menjangring para netizen dalam

⁸ APJII, “Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia,” dalam <https://www.apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>, diakses 18 Desember 2016.

⁹ Peter Walters, “Facebook ‘Likes’ for Social Good”, dalam http://www.huffingtonpost.com/peter-walters/social-media-fundraising_b_2664642.html, diakses 6 Januari 2017.

beberapa bentuk program dan realisasi program. Sehingga penggunaan media sosial yang dilakukan oleh komunitas filantropi Islam (sedekah) dapat mendorong kesadaran berbagi secara lebih masif dan menjadi pola baru gerakan filantropi dalam membaca perkembangan terkini yang terjadi di masyarakat.¹⁰

Hal penting yang perlu diperhatikan adalah bagaimana interaksi yang terjadi di media sosial dapat memengaruhi keadaan sosial di dunia nyata bersamaan dengan semakin eksisnya perkembangan media sosial. Interaksi yang berlangsung di dunia online menurut Castells berbeda dengan interaksi yang terjadi di dunia nyata dimana struktur kelas sosial atau kekuasaan masih mendominasi pola hubungan. Media sosial memberikan kebebasan terhadap produksi makna dan menjadikan entitas sebagai diri yang bebas memproduksi makna sekaligus mengonsumsi makna itu sendiri.¹¹

Dengan kata lain, keterampilan bermedia sosial menjadi hal yang penting diperhatikan dalam rangka efektivitas penyampaian dakwah tentang sedekah online. Dimana saat kegiatan berbagi menjadi salah satu agenda penting bagi Muslim kalangan kelas menengah. Penghimpun dana sedekah dituntut untuk lebih kreatif, elegan, serta dapat menggunakan keterampilan tersebut untuk mengajak masyarakat agar turut dalam kegiatan sedekah melalui sedekah online. Salah satu daripada agamawan yang kini sering mendakwahkan tentang sedekah online adalah Yusuf Mansur (YM). Saat ini, media sosial utama yang rutin digunakan

¹⁰ Agus Wahyudi, "Efek Media Sosial Dorong Kesadaran Berbagi", dalam <http://berita.suaramerdeka.com/smcetak/efek-media-sosial-dorong-kesadaran-berbagi/>, diakses 1 Januari 2017.

¹¹ Rulli Nasrullah, *Cyber Media* (Yogyakarta: Idea Press, 2013), 103.

oleh YM dalam menyampaikan tema tentang sedekah online adalah Facebook dan Instagram.¹²

Yusuf Mansur selalu berupaya menanamkan keyakinan bahwa sedekah adalah solusi dari setiap masalah.¹³ YM juga kerap menyitir terutamanya Q.S. Ali Imran ayat 92 yang artinya, “Kamu belum berbuat kebaikan hingga kamu menafkahkan apa yang kamu cintai”,¹⁴ dan juga Q.S. al-An’am ayat 160 dimana Allah telah menjanjikan balasan 10 kali lipat bagi mereka yang mau berbuat baik (dan bersedekah adalah salah satu perbuatan baik).¹⁵ Dalam beberapa kesempatannya, YM selalu berupaya mendorong masyarakat untuk turut dalam kegiatan sedekah dengan mengemas ajakan bersedekah seperti dengan bentuk kisah, testimoni, maupun kesaksian dari para pelaku sedekah.¹⁶ Selain itu, di media sosialnya, YM dengan bahasa agama secara langsung maupun tersirat kerap kali menyinggung serta menanamkan kesadaran bagi para jamaahnya untuk senantiasa bersedekah, seperti halnya menanamkan keyakinan bahwa sedekah adalah solusi dari apapun masalah yang tengah dihadapi.¹⁷ Sejauh ini, melalui lembaga filantropinya (PPPA Daarul Qur’an), YM telah menginisiasi beberapa program sedekah online.¹⁸

¹² Yusuf Mansur, “Instagram Yusuf Mansur,” dalam <https://www.instagram.com/yusufmansurnew/?hl=id>, diakses 19 Desember 2016.

¹³ Laode Abdi, “Sedekah: Solusi Setiap Masalah,” dalam <https://paytren.net/sedekah-solusi-setiap-masalah/>, diakses tanggal 7 Desember 2016.

¹⁴ Massagus A. Fauzan Yayan, *Kun Yusuf Mansur* (Surabaya: Erlangga, 2013), 54.

¹⁵ Julianto Juli. “Ustadz Yusuf Mansur”, dalam https://www.academia.edu/8537766/ustadz_yusuf_mansur_1._profil diakses 13 Oktober 2016.

¹⁶ Massagus A. Fauzan Yayan, *Kun Yusuf Mansur*, 55.

¹⁷ Laode Abdi, “Sedekah: Solusi Setiap Masalah”, dalam <https://paytren.net/sedekah-solusi-setiap-masalah/>, diakses 7 Desember 2016.

¹⁸ PPPA Daarul Qur’an, “Sedekah Online”, dalam <http://sedekahonline.com/>, diakses 1 Januari 2017.

Berkaitan dengan penjelasan yang telah saya sampaikan tersebut, aspek otoritas dan bahasa agama di media sosial menjadi pembahasan yang perlu dikaji dalam memahami dakwah sedekah online YM. Aktivitas YM di media sosial menjadi suatu hal yang penting dikaji sebagai upaya untuk mengetahui sejauh mana peran media sosial dalam kegiatan sedekah. Dengan demikian, dalam memahami praktik sedekah online, saya akan melakukan telaah mendalam berkenaan pada tiga unsur pokok tersebut. Bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana dalam mengkomunikasikan dakwah sedekah online.

B. Rumusan Masalah

Kajian dalam penelitian ini adalah mengenai penggunaan media sosial dalam kegiatan filantropi. Oleh karena itu, pertanyaan yang akan dijawab dalam tesis ini adalah: *Bagaimanakah dakwah sedekah online Yusuf Mansur disampaikan melalui media sosial?, sejauh manakah dakwah sedekah online Yusuf Mansur memiliki otoritas untuk diikuti?.*

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana YM mengkonstruksi otoritas dan bahasa agama di media sosial dalam kegiatan dakwah sedekahnya serta untuk mengetahui sejauh mana otoritas YM diikuti oleh audiens. Selain itu, tesis ini juga berguna dalam memahami peran media sosial dalam kegiatan filantropi.

D. Kajian Pustaka

Penelitian mengenai YM telah dikaji dalam beberapa penelitian sebelumnya dengan spesifik pada beberapa aspek bahasan, dalam aspek sedekah misalnya, Ardhila telah melakukan penelitian dengan judul *“Peran Program Nikmatnya Sedekah untuk Membangun Kesadaran Bersedekah pada Jamaah di MNC TV”*, penelitian ini berlangsung pada tahun 2011.¹⁹ Penelitian selanjutnya yang juga menyoroti YM juga dapat ditemukan dalam tulisannya Fauziyah yang berjudul *“Representasi Pesan Sedekah dalam Film Kun Fayakun”* penelitian tersebut dilaksanakan di tahun 2012.²⁰

Sedangkan dalam aspek dakwah, beberapa penelitian dengan pembahasan mengenai YM juga dapat ditemukan dalam karya ilmiahnya Affandi yang berjudul *“Pemahaman Ustadz Yusuf Mansur tentang Konsep ‘Kun Fa Yakuun’ dalam Q.S. Yasin: 82”*.²¹ Penelitian yang tidak jauh dari aspek itu juga dapat ditemukan dalam artikelnya Darmawan yang berjudul *“Dimensi Sufisme dalam Pemikiran Yusuf Mansur”*.²² Sedangkan dalam aspek Bahasa tulisan YM dapat ditemukan dalam penelitian berjudul *“Illocutionary Acts in Yusuf Mansur’s Speech Entitled Berbicaralah yang Baik atau Diam”* yang ditulis oleh Riza Mayta Wardhani pada

¹⁹ Ardhila, “Peran Program Nikmatnya Sedekah untuk Membangun Kesadaran Bersedekah pada Jamaah di MNC TV”, dalam <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/364/1/RACHMI%20ARDHILA-FDK.PDF>, diakses pada 31 Mei 2017.

²⁰ Fauziyah, “Representasi Pesan Sedekah dalam Film Kun Fayakun”, dalam <http://digilib.uin-suka.ac.id/7848/32/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>, diakses pada 31 Mei 2017.

²¹ Affandi, “Pemahaman Ustadz Yusuf Mansur tentang Konsep ‘Kun Fa Yakuun’ dalam Q.S. Yasin: 82”, *Ar-Risalah*, Vol.15, No 1 (April 2015), 2540-7783.

²² Darmawan, “Dimensi Sufisme dalam Pemikiran Yusuf Mansur” dalam <http://idr.iain-antasari.ac.id/6613/4/AWAL.pdf>, diakses pada 31 Mei 2017.

tahun 2014.²³ Selain itu kajian juga terdapat dalam tulisan yang berjudul “*Tindak Tutar Ilokusi Ustadz Yusuf Mansur dalam Acara Wisata Hati di Stasiun Televisi ANTV*” yang ditulis oleh Mefi Ellini di tahun 2014.²⁴

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji YM dalam beberapa aspek bahasan, tetapi sepanjang pengetahuan penulis belum ada pembahasan yang secara komprehensif mengkaji mengenai Sedekah Online Yusuf Mansur dengan fokus kajian pada kegiatan filantropi (sedekah) di media sosial. Oleh karena itu, saya akan melakukan telaah mendalam dengan fokus kajian pada otoritas dan bahasa agama di media sosial. YM penting dalam rangka untuk memahami bentuk filantropi di media sosial terkini.

E. Kerangka Teoretis

Sebagai upaya untuk membantu mendiskripsikan, memahami, serta menjelaskan penelitian dalam tesis ini, saya telah meminjam beberapa teori yang cukup relevan dengan tema kajian. Aspek yang dibahas dalam penelitian ini adalah berkenaan dengan aktivitas YM yang secara spesifik saya amati dari otoritas yang saya simpulkan ke dalam tiga lapisan otoritas, yakni *self presentation*, *switching code*, dan *textual reference*. Tiga hal utama tersebut saya

²³ Riza Mayta Wardhani, “Illocutionary Acts in Yusuf Mansur’s Speech Entitled Berbicaralah yang Baik atau Diam”, dalam <http://jimbastrafib.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jimbastrafib/article/view/617>, diakses pada 31 Mei 2017.

²⁴ Mefi Ellini, “Tindak Tutar Ilokusi Ustadz Yusuf Mansur dalam Acara Wisata Hati di Stasiun Televisi ANTV”, dalam <http://docplayer.info/39544902-Tindak-tutar-ilokusi-ustaz-yusuf-mansur-dalam-acara-wisata-hati-di-stasiun-televisi-antv.html>, diakses pada 31 Mei 2017.

gunakan untuk memahami otoritas YM di media sosial dalam dakwah sedekahnya di media sosial.

Pada kerangka teoretis ini saya mengutip beberapa teori yang saya anggap cukup relevan guna memahami objek kajian terkait. Beberapa teori tersebut antara lain berkenaan mengenai: *self presentation*, teori yang saya jadikan acuan dalam menganalisis tentang ini utamanya dengan meminjam teori dari Erving Goffman, yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, analisis seperti ini saya gunakan untuk mengamati peran YM di media sosial.²⁵ *Switching code*, acuan dalam menganalisis objek tentang ini saya pinjam dari Julian Millie dalam artikelnya yang berjudul *The Languages of Preaching: Code Selection in Sundanese Islamic Oratory*, pendekatan seperti ini saya jadikan acuan guna memahami realitas perpindahan dari satu bahasa ke bahasa lain,²⁶ sedangkan dalam mengamati pengaruh dalam penggunaan bahasa agama, pada tesis ini saya akan mengacu pada penjelasan Webb Keane dalam artikelnya yang berjudul *Religious Language*, kerangka pembahasan tersebut saya jadikan acuan guna memahami pengaruh bahasa agama dalam kehidupan di masyarakat.²⁷ Selanjutnya untuk memahami *textual reference* saya meminjam kerangka berfikir dari Komaruddin Hidayat dalam bukunya *Memahami Bahasa Agama: Sebuah Kajian*

²⁵ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (London: Penguin, 1990) dan Erving Goffman, "The Presentation of Self in Everyday Life," dalam https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf, diakses pada 27 April 2017.

²⁶ Julian Millie, "The languages of preaching: Code selection in Sundanese Islamic oratory, West Java," *The Australian Journal of Anthropology*. Vol. 23, (2012), 379–397.

²⁷ Webb Keane, "Religious Language," *Annual Reviews: University of Michigan*, No. 26 (1997), 47-71.

Hermeneutik. Teori ini berguna dalam memahami antara tulisan (*the world of the text*), penulis (*the world of the author*), dan pembaca (*the world of the reader*).²⁸

Adapun penjelasan ketiga aspek tersebut adalah sebagai berikut: (1) *self presentation* merupakan konsep presentasi diri sebagaimana dijelaskan oleh Goffman dalam artikelnya *The Presentation of Self in Everyday Life*, ia mengungkapkan bahwa seorang yang bertemu dengan orang lain akan mencari informasi terkait dengan orang yang ditemuinya, pencarian informasi tersebut dapat menggunakan informasi yang telah ia miliki sebelumnya untuk mendefinisikan situasi yang terjadi. Menurutnya, suatu perjumpaan dengan sengaja atau tidak membuat pernyataan (*expression*) untuk memperoleh kesan (*impression*). Dalam hal ini Goffman memberikan dua pemakluman, yakni pernyataan yang diberikan dan pernyataan yang dimaksudkan untuk memberikan kesan sesuai dengan nilai yang berlaku.²⁹

(2) *Switching code* merupakan bentuk peralihan bahasa dengan cara selang-seling. Pergantian antar satu bahasa ke bahasa lain dapat dimaknai sebagai upaya dari YM untuk membangun hubungan lebih dekat dengan para audiens. Peralihan bahasa dalam bentuk demikian adalah sebagai upaya awal dalam menguatkan sebuah dakwah, atau berkaitan dengan tema ini adalah dakwah sedekah yang dipraktikkan oleh YM di media sosial. Tak tertinggal, penggunaan

²⁸ Komaruddin Hidayat, *Memahami Bahasa Agama: Sebuah Kajian Hermeneutik*, (Jakarta: Paramadina, 1996), 73-75.

²⁹ Erving Goffman, "The Presentation of Self in Everyday Life," dalam https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf, diakses pada 27 April 2017.

bahasa sebagaimana tercantum diatas dapat dimaknai sebagai bentuk kontekstualisasi ayat dan hadis yang disesuaikan dengan keadaan audiens.³⁰

(3) *Textual reference* adalah referensi tekstual yang umumnya berasal dari Alquran, hadis, maupun fatwa-fatwa ulama. Sumber rujukan dalam bentuk pikiran yang disajikan ke dalam bahasa tekstual umumnya tidak dapat terlepas dari pemilihan kata dan ketepatan kalimat yang disana selalu memiliki sisa kebenaran. Sehingga dalam kata ‘memilih’ sesungguhnya mengandung arti menyisihkan, sehingga tidak semua perasaan, pengalaman, serta gagasan yang terdapat dalam pikiran penulis teks terungkap dalam bahasa tekstual tersebut. Dengan kata lain, apa yang tersisa dalam ruang pemikiran tersebut bisa jadi lebih banyak, karena pengalaman mental jauh lebih bernuansa daripada saat pengalaman tersebut dituliskan dalam bentuk bahasa teks. Jadi pembahasan dalam hal ini saya fokuskan pada persoalan yang saling berkait satu sama lain antara bahasa teks, pengarang, dan pembaca. Atau, dengan kata lain, tema dikaitkan pada mengamati keterhubungan antara tulisan (status maupun posting), penulis (pembuat status atau tulisan terkait), serta pembaca (audiens), sehingga otoritas YM dapat dipahami secara lebih baik.³¹

³⁰ Julian Millie, “The languages of preaching: Code selection in Sundanese Islamic oratory, West Java,” *The Australian Journal of Anthropology*. Vol. 23, (2012), 379–397.

³¹ Komaruddin Hidayat, *Memahami Bahasa Agama* (Jakarta: Paramadina, 1996), 73-75.

F. Metode Penelitian

Data pada penelitian ini saya kumpulkan melalui kajian online, kerja lapangan, dan juga melalui beberapa dokumen. Saya meneliti jejak online pada Facebook dan Instagram YM serta website yang berkaitan dengan media sosial tersebut, seperti halnya situs pribadi YM dan lembaga filantropi miliknya yang relevan dengan tema kajian penelitian dalam tesis ini. Penelitian juga tidak terbatas pada yang online. Bentuk konfirmasi *offline* saya lakukan sebagai penguat data. Selain itu, saya juga mempelajari buku-buku, artikel-artikel, tesis-tesis akademis, dan juga laporan-laporan yang dapat diakses berkenaan dengan objek kajian.

Sumber utama tesis ini adalah dua kerja penelitian lapangan online dan offline yang saya laksanakan selama empat bulan terakhir, yakni sejak Januari hingga April 2017. Saya melakukan kunjungan serta pengamatan ke beberapa media sosial seperti akun Facebook dan Instagram YM yang berkenaan dengan penekanan pada aspek dakwah filantropi di media sosial. Setelah terlebih dahulu menjelaskan secara terbuka posisi saya sebagai peneliti, saya melakukan wawancara mendalam dan pembicaraan informal dengan para audiens YM dengan wawancara tatap muka dan wawancara termediasi melalui *smartphone*.

Dalam memilih informan, saya menggunakan teknik sampel acak (*random-sampling*) dan mewawancarai sebelas audiens YM melalui wawancara *online* dan *offline*. Untuk menghindari bias, informan saya bagi berdasarkan latar belakang sosial, usia, serta motif mengikuti media sosial YM. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang aktivitas dakwah filantropi di

media sosial. Karena aksi merupakan suatu proses yang makna-maknanya dikonstruksi melalui interaksi. Saya juga menanyakan sejarah hidup individu-individu untuk mempelajari pengalaman mereka sebelum mengikuti YM di media sosial. Hal ini sangat penting dalam rangka mengeksplorasi komposisi sosial kelompok dan faktor-faktor yang mendorong audiens ikut terlibat dalam kegiatan sedekah.

Sedangkan pada tahap validasi, saya menggunakan triangulasi data atau triangulasi teori. Validasi data dengan menguji dan mengkonfirmasi antara data satu dengan data lainnya untuk kemudian saya sajikan dalam bentuk penjelasan naratif.

F. Sistematika Pembahasan

Tesis ini dibagi ke lima bagian utama. Bagian I, membahas mengenai latar belakang munculnya filantropi Islam (sedekah) dan penggunaan media sosial dalam aktivitas dakwah sedekah, serta memuat rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritis, metode penelitian, serta sistematika pembahasan. Bagian II, membahas mengenai dakwah sedekah, lembaga filantropi, PPPA, sedekah online, dan kanal digital YM. Bagian III, membahas sedekah online dan otoritas, otoritas agama dalam konteks online, penggunaan bahasa, referensi tekstual, serta sedekah online dan otoritas YM. Bagian IV, membahas mengenai sedekah online di mata audiens, yang berfokus pada membahas tentang persepsi audiens terhadap sedekah YM, bahasa dan gaya bahasa YM di media sosial, serta sumber rujukan yang disukai audiens. Bagian V kesimpulan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam tesis ini saya telah meneliti tentang aktivitas dakwah sedekah Yusuf Mansur (YM) di media sosial guna memahami otoritas di ruang online. Otoritas agama dalam konteks virtual dipahami dengan melakukan penelitian pada lapisan otoritas. Dengan demikian saya berkesimpulan bahwa untuk memahami otoritas Yusuf Mansur dalam sedekah online ada tiga hal pokok yang perlu diperhatikan, yakni *self presentation* (presentasi diri), *switching code* (kode peralihan), dan *textual reference* (referensi tekstual).

Self presentation yang diperankan oleh YM yakni dengan mengkonstruksi dirinya sebagai seorang ustaz, selalu berpikiran positif, selalu mengetahui informasi terbaru, dan lain sebagainya. Selain itu juga cara dalam mempertahankan diri diruang online terlihat bahwa YM seringkali menyampaikan dakwahnya secara langsung untuk menghindari adanya manipulasi pesan dalam bentuk meme dan tulisan dalam status Facebook seringkali disertakan *link* ke web resminya. Sedangkan dalam mempertahankan kesan positif, ketika ada komentar dari audiens yang sifatnya menyanggah atau menyatakan tidak setuju atas argumennya pada pembaruan pos di Instagram, maka YM menunjukkan komentar tersebut dan diunggah ke akun pribadinya untuk selanjutnya disertakan komentar dari YM. Hal ini dapat dipahami sebagai upaya dari YM dalam mempertahankan dirinya diruang virtual.

Switching code yang biasa dipraktekkan oleh YM dalam penyampaian statusnya selalu dengan menggunakan beberapa sisipan yang berorientasi pada

teks agama. Namun kesan dalam mengajak audien terlihat lebih sering dengan iming-iming balasan duniawi yang kasat mata dibandingkan dengan pahala akhirat. Hal ini berbeda dengan pendapat ulama-ulama terdahulu yang sering menekankan balasan terhadap sedekah dengan pahala akhirat. Sedangkan bentuk peralihan antara satu bahasa ke bahasa lain secara umum dapat dikelompokkan ke dalam bahasa Indonesia, Inggris, dan Arab. Penggunaan bahasa Indonesia agar dakwah menjangkau lebih banyak audiens, bahasa Inggris untuk menunjukkan status sosial, sedangkan bahasa Arab untuk menimbulkan kesan religius.

Textual reference dalam beberapa status maupun tulisan YM terdapat pembaruan status dengan menyertakan sumber pokok Islam berupa teks dari Alquran dan hadis. Pola dalam merujuk teks terlihat seperti penafsiran ulang pada teks yang kurang sesuai dengan argumennya serta sesekali menampilkan potongan surat maupun ayat. Tindakan mengutip ayat tersebut dapat dimaknai sebagai upaya untuk menguatkan legitimasi dalam pesan dakwahnya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah sedekah YM disampaikan dengan bertumpu pada lapisan otoritas: *self presentation*, *switching code*, dan *textual reference*. Ketiga hal tersebut berguna untuk menguatkan legitimasi pesan dakwah sedekah online YM serta sebagai upaya untuk mempertahankan diri di media sosial. Sedangkan pesan dakwah lebih banyak dikomunikasikan dengan mengaitkan pada imbalan materi. Upaya tersebut dapat menguatkan keyakinan audiens dalam bersedekah, tetapi audiens dengan ideologi yang berbeda memiliki kecenderungan selektif dalam menerima pesan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel Jurnal

- Abidin, Hamid, *Membangun Akuntabilitas Filantropi Media Massa*, Depok: Piramedia, 2013.
- Adelman, Carol C., "International Grantmaking by Asian Foundations," *Development Assistance Committee: Philanthropic Foundations and Development Co-operation*. No. 3, Th. IV, 2003.
- Affandi, "Pemahaman Ustadz Yusuf Mansur tentang Konsep 'Kun Fa Yakuun' dalam Q.S. Yasin: 82", *Ar-Risalah*, Vol.15, No.1, April 2015.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad, dan Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqh Ibadah*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Al-Hafni, Abdul Mun'im, *Ensiklopedia: Golongan, Kelompok, Aliran, Madzab, Partai, dan Gerakan Islam*, Jakarta: Grafindo Khazanah Ilmu, 2006.
- Barton, David, and Carmen Lee, *Language Online: Investigating Digital Texts and Practices*, New York: Routledge, 2013.
- Bullingham, Liam, dan Ana C. Vasconcelos, "The Presentation of Self in the Online World': Goffman and the Study of Online Identities," *Journal of Information Science*, No. 39, Th.I, 2013.
- Campbell, Heidi, "Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet," *Journal of Computer: Mediated Communication*, No.12, 2007.
- Daarul Qur'an, PPPA, *Kalender PPPA Daarul Qur'an*, Tangerang: PPPA, 2017.
- Fauzia, Amelia, *Filantropi Islam: Sejarah Kontestasi Masyarakat Sipil dan Negara Indonesia*, Yogyakarta: Gading Publishing, 2016.
- Hadi Nur, *The 1st Academic Symposium on Integrating Knowledge: The 1st ASIK*, Johor-Malaysia: Universiti Teknologi Malaysia.
- Hasan, Noorhaidi, *Laskar Jihad: Islam, Militansi, dan Pencarian Identitas di Indonesia Pasca Orde Baru*, Jakarta: LP3S Indonesia dan KITLV Jakarta, 2008.
- Hasan, Noorhaidi, "The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere," *Contemporary Islam*, No. 10, Th. III, Oktober 2009.

- Hidayat, Komaruddin, *Memahami Bahasa Agama: Sebuah Kajian Hermeneutik*, Jakarta: Paramadina, 1996.
- Najib, Emha Ainun, *Demokrasi La Raiba Fih*, Jakarta: Kompas, 2010.
- Krämer, Gudrun, and Sabine Schmidtke, *Speaking for Islam: Religious Authorities in Muslim Societies*, Leiden-Boston: Brill, 2006.
- Keane, Webb, "Religious Language," *Annual Reviews: University of Michigan*, No. 26, 1997.
- Keeler, Ward, "Style and Authority in Javanese Muslim Sermons," *The Australian Journal of Anthropology*, No. 9, Th. II, 1998.
- Kemenag RI, *Kamus Istilah Keagamaan*, Jakarta: Puslitbang Lektur dan Khazanah Keagamaan, 2014.
- Misrawi, Zuhairi, *al-Qur'an Kitab Toleransi*, Bandung: Pustaka Oasis, 2007.
- Millie, Julian, "The Language of Preaching: Code Selection in Sundanese Islamic Oratory West Java," *The Australian Journal of Anthropology*, No. 23, 2012.
- Munawir, Ahmad Warson, *Al-Munawwir: Kamus Arab-Indonesia*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Nasrullah, Rulli, *Cyber Media*, Yogyakarta: Idea Press, 2013.
- PIRAC, *Investing Ourselves Giving and Fundraising in Asia, Investing in Ourselves: Giving and Fund Raising in Indonesia*, Jakarta: PIRAC-ADB, 2002.
- Qardhawi, Yusuf, *Shadaqah: Cara Islam mengentaskan Kemiskinan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*, Bandung: Algesindo, 2011.
- Shihab, M. Quraish, *Mukjizat al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 2008.
- Yayan, Masagus A. Fauzan, *Kun Yusuf Mansur: Kisah Perjalanan Hidup Ustadz Yusuf Mansur*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013.

Internet, Situs, Karya Ilmiah Online, dan Majalah

Abdi, Laode, “Sedekah: Solusi Setiap Masalah,” <https://paytren.net/sedekah-solusi-setiap-masalah/>, diakses tanggal 7 Desember 2016.

Al-Khoirot, “Definisi dan Asal Mula Kata Ustadz,” <http://www.alkhoirot.net/2012/07/definisi-ustadz.html#1>, diakses pada 10 April 2017.

APJII, “Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia,” <https://www.apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>, diakses 18 Desember 2016.

Ardhila, “Peran Program Nikmatnya Sedekah untuk Membangun Kesadaran Bersedekah pada Jamaah di MNC TV”, dalam <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/364/1/RACHMI%20ARDHILA-FDK.PDF>, diakses pada 31 Mei 2017.

Baznas, “Baznas Siapkan Strategi Zakat”, <http://pusat.baznas.go.id/berita-artikel/baznas-siapkan-strategi-kebangkitan-zakat/>, diakses 23 November 2016.

Cak Nun, Surga Itu Tak Penting, dalam <https://youtu.be/IVcMAmpopUQ/>, diakses pada 21 April 2017.

Deni Setiawan, “Jumlah Penduduk Indonesia 257,9 Juta, yang Wajib KTP 182,5 Juta”, <http://jateng.tribunnews.com/2016/09/01/data-terkini-jumlah-penduduk-indonesia-2579-juta-yang-wajib-ktp-1825-juta>, diakses pada 10 April 2017.

Direktur Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, “Merayakan Kedermawanan Muslim”, <http://www.uinjkt.ac.id/merayaka-kedermawanan-muslim-indonesia/>, diakses pada 17 April 2017.

Darmawan, “Dimensi Sufisme dalam Pemikiran Yusuf Mansur” dalam <http://idr.iain-antasari.ac.id/6613/4/AWAL.pdf>, diakses pada 31 Mei 2017.

Ellini, Mefi, “Tindak Tutur Ilokusi Ustadz Yusuf Mansur dalam Acara Wisata Hati di Stasiun Televisi ANTV”, dalam <http://docplayer.info/39544902-Tindak-tutur-ilokusi-ustaz-yusuf-mansur-dalam-acara-wisata-hati-di-stasiun-televi-antv.html>, diakses pada 31 Mei 2017.

Fauziyah, “Representasi Pesan Sedekah dalam Film Kun Fayakun”, dalam <http://digilib.uin-suka.ac.id/7848/32/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>, diakses pada 31 Mei 2017.

Go Muslim, Indonesia Peringkat Pertama Inilah 5 Negara Paling Banyak Kirim Jemaah Haji Tahun Ini,
<http://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/09/06/1433/indonesia-peringkat-pertama-inilah-5-negara-paling-banyak-kirim-jemaah-haji-tahun-ini.html>, diakses pada 17 April 2017.

Go Muslim, “Indonesia Tempati Peringkat Ke-3 Dunia dari 6.393.464 Visa Umrah yang Diterbitkan Tahun Ini,” dalam
<http://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/06/26/763/indonesia-tempati-peringkat-ke-3-dunia-dari-6-393-464-visa-umrah-yang-diterbitkan-tahun-ini.html>, diakses pada 17 April 2017.

Ipsos Mori, “Globalisation and Faith: What the Public Think,” <https://www.ipsos-mori.com/Assets/Docs/Events/ben-page-tony-blair-globalisation-development-and-role-of-religion-july-2011.pdf>, diakses pada 17 April 2017.

Kantor Staf Kepresidenan, “Potensi Zakat di Indonesia Sangat Besar”,
<http://ksp.go.id/potensi-zakat-di-indonesia-sangat-besar/>, diakses 23 November 2016.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, “Penggunaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik Merupakan Amanat Undang-Undang,” dalam
<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2017/02/penggunaan-bahasa-indonesia-di-ruang-publik-merupakan-amanat-undangundang>, diakses pada 10 April 2017.

Latief, Hilman, “Transforming the Culture of Giving in Indonesia: The Muslim Middle Class, Crisis, and Philanthropy,” https://www.ic.nanzan-u.ac.jp/ASIAPACIFIC/documents/2015_no.11/01_Hilman.pdf, diakses pada 27 April 2017.

Oke Zone, “Kekuatan Sedekah PPPA Daarul Qur’an,” dalam
<http://economy.okezone.com/read/2010/02/10/316/302150/kekuatan-sedekah-dari-pppa-daarul-qur-an>, diakses pada 3 Desember 2016.

Wahyudi, Agus, “Efek Media Sosial Dorong Kesadaran Berbagi”,
<http://berita.suaramerdeka.com/smcetak/efek-media-sosial-dorong-kesadaran-berbagi/>, diakses 1 Januari 2017.

Walters, Peter, “Facebook ‘Likes’ for Social Good”,
http://www.huffingtonpost.com/peter-walters/social-media-fundraising_b_2664642.html, diakses 6 Januari 2017.

Wardhani, Riza Mayta, “Illocutionary Acts in Yusuf Mansur’s Speech Entitled Berbicaralah yang Baik atau Diam”, dalam

<http://jimbastrafib.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jimbastrafib/article/view/617>,
diakses pada 31 Mei 2017.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

<http://tukangsms.com/>

<http://yusufmansur.com/>

<http://www.depdagri.go.id/>

<https://www.daqu.or.id/>

<https://www.facebook.com/>

<www.instagram.com/>

<www.sedekahonline.com>

<m.republika.co.id>

Kabar Daqu

Kalender Daarul Qur'an

Majalah Daarul Qur'an

Slide Milad PPPA

Wawancara

Bagian Keuangan Pusat PPPA via WhatsApp pada 25 Maret, 18 April, 2017.

Customer Service PPPA Cabang Yogyakarta pada 19 Pebruari 2017.

Manajer PPPA Daarul Qur'an Cabang Yogyakarta pada 24 Februari 2017.

Tim Media Sosial PPPA Daarul Qur'an Yogyakarta pada 19 Pebruari 2017.

Bagus, Yogyakarta, 17 Pebruari 2017.

Ernawati via Instagram pada 17 Pebruari 2017

Faizin, Yogyakarta, 22 Februari 2017.

Febi, Yogyakarta, 27 Februari 2017.

Ikhwan, Yogyakarta, 23 Februari 2017.

Mualifin, Yogyakarta, 10 April 2017.

Nurul Hafidhah, Yogyakarta, 27 Maret 2017.

Redha, Yogyakarta, 23 dan 25 Februari 2017.

Umayyatun, Yogyakarta, 17 Pebruari 2017.

Yul Rachmawati, Yogyakarta, 17 Pebruari 2017.

Yanto, Yogyakarta, 8 dan 10 April 2017.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Mansur Hidayat
Tempat/tgl.Lahir : Demak, 8 Februari 1991
Alamat asal : Jl. Anggung Jaya I, Karang Gawang RT 02 RW 01,
Sidokumpul, Guntur, Demak, Jawa Tengah 59565
Nama Ayah : Parso
Nama Ibu : Satirah
Nomor HP : (+62) 85740324331, 85226205433
Nomor Paspor : B 3183561
Alamat Email : mansurhidayat.id@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:

- a. TK Mekar Sari Sidokumpul Guntur Demak 1997
- b. SDN Sidokumpul 2 Guntur Demak 1997-2003
- c. MTs Tajul 'Ulum Brabo Tg.Harjo Grobogan lulus 2003-2006
- d. MA Miftahul 'Ulum Ngemplak Mranggen Demak tahun 2007-2010
- e. S1 IAIN (sekarang UIN) Walisongo Semarang 2010-2014
- f. S2 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015-2017

2. Pendidikan Non-Formal:

- a. Ponpes Sirojuth Tholibin Brabo tahun 2003-2006
- b. Ponpes Al-Bahroniyyah Mranggen tahun 2007-2009
- c. Ponpes Raudhatul Qur'an An-Nasimiyyah Semarang tahun 2012-2016
- d. Ponpes Nailul 'Ula D.I.Yogyakarta 2016
- e. Griya Qur'an Al-Hidayah D.I.Yogyakarta 2016-sekarang

C. Karya Tulis

1. Mansur Hidayat, "Model Komunikasi Kyai dengan Santri di Pesantren", *Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Volume 2 Nomor 6, Januari 2016, 385-395*
2. Mansur Hidayat, "Meme SBY-Jokowi: Analisis Semiotik Meme Tour De Java SBY Versus Sidak Hambalang Jokowi", *Communicare: Journal of Communication Studies, 2017.*